

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kampung Gajah *Wonderland* merupakan tempat wisata *outdoor* berjenis *theme park* terbesar di Bandung dengan luas 45 ha yang berdiri pada bulan Desember 2009 dibawah naungan PT. Kurnia Cipta Wahana. Sebelumnya kawasan ini merupakan pemukiman warga yang dialih fungsikan menjadi tempat wisata berlatar belakang luas area dan permintaan pasar wisata dengan mengusung tiga konsep wisata yaitu wisata kuliner, wisata belanja dan wisata bermain yang terbagi kedalam dua zona yaitu *wonderland* dan *waterboom*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis tingkat kepentingan dan kinerja produk wisata di Kampung Gajah *Wonderland*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan pengunjung terhadap tingkat kepentingan (*importance*) produk wisata di Kampung Gajah *Wonderland* secara keseluruhan yaitu pada kategori penting dimana subvariabel aksesibilitas mendapatkan persentase terbesar yaitu 84% lebih tinggi diantara subvariabel fasilitas/amenitas dan atraksi wisata. Hal ini dikarenakan pengunjung menilai bahwa produk inti (atraksi wisata) yang ditawarkan tidak sesuai dengan nama kawasan yaitu Kampung Gajah *Wonderland*. Sementara yang termasuk kedalam kategori penting yaitu ada di subvariabel fasilitas/amenitas yang diantaranya adalah kenyamanan Resto Sunda terkait pelayanan yang diberikan dan variasi menu, kenyamanan toko *souvenir* dimana produk yang dijual harus menggambarkan kawasan Kampung Gajah *Wonderland*, dan kenyamanan tempat parkir terkait sistem yang diberlakukan.
2. Berdasarkan tanggapan pengunjung terhadap tingkat kinerja (*performance*) produk wisata di Kampung Gajah *Wonderland* secara keseluruhan yaitu pada kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja atau kondisi produk wisata yang ada di Kampung Gajah *Wonderland* terkait dengan atraksi wisata, fasilitas/amenitas, dan aksesibilitas dinilai cukup

(standar) menurut penilaian pengunjung yang berarti kinerja tersebut sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Pengunjung menilai kinerja cukup terhadap indikator-indikator yang berada pada subvariabel atraksi wisata seperti kemenarikan *Sky Rider* dimana kinerja yang diberikan sudah sesuai seperti dari aspek keamanan dan keseruan pengunjung saat menggunakannya. Selain itu kinerja yang cukup baik pun dapat terlihat dari atraksi wisata *Children Playground*, *Wave Pool*, *Tubby Slide* yang lebih banyak dikunjungi oleh mereka yang membawa anak-anak untuk bermain. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pada atraksi wisata tersebut sesuai dengan prosedur yang sudah ada dan berlaku untuk memberikan kenyamanan pada pengunjung.

3. Untuk mendapatkan data mengenai item-item dari produk wisata yang berpotensi untuk dilakukan upaya peningkatan dengan cara menganalisis *Importance-Perfomance Matrix* yang merupakan hasil akhir dari metode *Importance-Performance Analysis*. Dalam upaya meningkatkan kinerja, terdapat pengelompokan terhadap indikator yang diteliti kedalam 4 kuadran (I,II,III,IV) yang masing masing menjelaskan aspek-aspek yang berbeda. Dari kuadran ini, pengelola dapat melihat aspek mana saja yang harus diperhatikan dan aspek mana saja yang harus dipertahankan maupun dikembangkan oleh pengelola. Pada kuadran I terdapat 5 (lima) indikator yang harus diprioritaskan upaya peningkatan kinerjanya diantaranya meningkatkan kenyamanan mushola, kenyamanan Resto Sunda, kemudahan transportasi umum menuju Kampung Gajah *Wonderland*, kemudahan mendapat informasi secara *online* mengenai produk wisata, dan kesesuaian nama kawasan dengan produk yang ditawarkan. Sedangkan yang termasuk kedalam kuadran II terdapat 4 (empat) indikator yang harus dipertahankan kinerjanya yaitu kenyamanan tempat parkir, toilet, mushola dan kemudahan mendapatkan petunjuk arah (*signate*) jalan menuju Kampung Gajah *Wonderland*. Adapun yang termasuk kedalam kuadran III dimana kepentingannya dinilai kurang dengan nilai kinerjanya yang juga relatif kurang perlu dipertimbangkan keberadaannya yaitu diantaranya ada indikator-indikator seperti kemenarikan *Tubby Slide*, *ATV*

*Adventure, Big Tornado, Octopus Racer, dan Wave Pool* Kampung Gajah *Wonderland*. Terakhir di kuadran IV yang merupakan indikator-indikator dengan penilaian pengunjung yang dianggap tidak penting tetapi memiliki kinerja yang relatif baik diantaranya adalah kemenarikan *Sky Rider, Mini Zoo, Pacific Robot, dan Children Playground*. Berdasarkan hasil analisis pada kuadran-kuadran tersebut khususnya pada kuadran I dan II dimana tingkat kepentingannya tinggi, terlihat bahwa pengunjung berekspektasi lebih terhadap fasilitas/amenitas juga aksesibilitas daripada produk inti (atraksi wisata) itu sendiri yang mayoritas berada pada kuadran III dan IV. Dalam hal ini pengunjung menilai bahwa adanya ketidaksesuaian antara nama kawasan dengan produk wisata yang ditawarkan.



## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya mengenai analisis tingkat kepentingan dan kinerja produk wisata di Kampung Gajah *Wonderland*, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi yaitu:

1. Pengelola harus memberi perhatian lebih terhadap aspek-aspek yang berhubungan dengan aksesibilitas yang ditunjang oleh fasilitas produk wisata. Dalam hal ini pengelola diupayakan agar dapat menghimbau manajemen untuk tetap menjaga kebersihan juga kenyamanan pada mushola, tempat parkir, toilet, dan Resto Sunda. Pada aspek aksesibilitas, pengelola dapat berupaya untuk selalu *update* informasi secara *online* mengenai produk wisata yang ditawarkan kepada pengunjung, menyediakan transportasi misalnya berupa *shuttle bus* untuk pengunjung yang akan berkunjung ke Kampung Gajah *Wonderland* atau dengan memberikan informasi mengenai transportasi *online* yang saat ini sudah mudah digunakan oleh mereka para pengguna elektronik/*gadget*. Dikarenakan seluruh atraksi wisata berada pada tingkat kepentingan yang rendah menurut penilaian pengunjung yang berarti penilaian ini mengacu pada harapan pengunjung terhadap kunjungannya ke Kampung Gajah *Wonderland*, pengelola dapat berupaya melakukan pengembangan pada atraksi wisata dengan mempertimbangkan nama kawasan sebagai *brand image* yang menggambarkan isi kawasan itu sendiri. Dalam hal ini peneliti memberi masukan untuk pengelola melakukan *re-branding* yaitu mengganti nama dengan tidak memasukkan atribut kata ‘gajah’ dalam pemilihan nama kawasan wisata ini.
2. Pengelola dapat meningkatkan kinerja yang rata-rata pengunjung menilai cukup dari hasil yang sudah diteliti dengan cara memfokuskan pada peningkatan atraksi wisata yang diantaranya adalah melakukan promosi penawaran produk wisata kepada khalayak yang dapat ditampilkan di website Kampung Gajah *Wonderland*, melakukan pembenahan terhadap wahana sebagai atraksi wisata misalnya memelihara fungsi mesin dari setiap wahana

yang menggunakan mesin, mengedepankan keamanan penggunaan setiap wahana, dan menjaga kebersihan area bermain itu sendiri.

3. Dari semua rekomendasi berupa upaya-upaya peningkatan kinerja yang sudah dipaparkan, diharapkan pengelola dapat mengimplementasikannya dengan melakukan pelatihan (*training*) kembali untuk pegawai terutama bagi pegawai bagian operasional disertai evaluasi kerja agar adanya perkembangan di Kampung Gajah *Wonderland* guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.